

DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83–96. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13769>
- Bhandari , A dan Verma, RP. (2013). *Strategic Management : A Conceptual Framework*, New Delhi : McGraw Hill Education.
- Budiarto, S. (2013). Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Pendekatan Mark Plus & Co di Kandatel Jakarta. *Jurnal Industri Elektro Dan Penerbangan*, 3(1), 13–24. <http://jurnal.unnur.ac.id/index.php/indept/article/view/103>
- Chandra. (2002). Strategi dan Program Pemasaran. 29(1), 59–66.
- Hanifudin .B. & Dwi.H. (2012). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap kepuasan konsumen.
- Hermawan Kartajaya ,2004. *Positioning, Diferensiasi ,dan brand*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- HM, R. (2015). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Udang Beku. *Jurnal Galung Tropika*, 4(1), 60–67.
- Kartajaya,Hermawan. (2000). *Marketing plus 2000 Siasat memenangkan Persaingan Global*. Edisi kelima , PT Gramedia Jakarta
- Ketut, I. G., & Putra, T. (2016). Motivasi Berprestasi Dengan Komitmen. Hal 127 – 132.
- Kotler, Philip ,AB Susanto. (2000). *Manajemen pemasaran di Indonesia*, Buku 2, Salemba Empat
- Kotler, Philip. (1996). *Manajemen Pemasaran: Analisis, perencanaan, Implementasi, dan pengendalian*, Jilid 1, Jakarta : Erlangga
- Mahadewi, E., Heryana, A., Herwanto, ., Astini, R., & Surip, N. (2020). Marketing Mix Study using Social Media in Hospital. *Icoh* 2019, 406413. <https://doi.org/10.5220/0009826004060413>
- Nugroho J, Setiadi. 2003. *Perilaku konsumen : Konsep dan Implikasi untuk strategi dan penelitian Pemasaran*. Bandung : prenada media
- Pindyk, & Rubenfiled. (2005). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan ekspor kopi arabika pada cv yudi putra.
- Rachmawati, R., Jasa, J. T., Produksi, D., & Semarang, U. N. (2011). *Peranan Bauran Pemasaran*

- (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2 (2), 143–150.
- HM, R. (2015). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Udang Beku. *Jurnal Galung Tropika*, 4(1), 60–67.
- Mahadewi, E., Heryana, A., Herwanto, ., Astini, R., & Surip, N. (2020). *Marketing Mix Study using Social Media in Hospital. Icoh 2019*, 406–413.
<https://doi.org/10.5220/0009826004060413>
- Rachmawati, R., Jasa, J. T., Produksi, D., & Semarang, U. N. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. (2016). Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53.
<https://doi.org/10.21776/ub.industria.2016.005.01.6>
- Subianto, A. (2016). *Analisis swot tentang strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan kunjungan pasien di klinik bunda*.
- V. Wiratna Sujarweni. (2019). *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami* (1st ed.). PUSTAKABARUPRESS.
- Wijaya, H., & Sirine, H. (2016). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap. *Ajie*, 1(3), 175–190.
<https://doi.org/10.20885/ajie.vol1.iss3.art2>
- Wahyudi, Agustinus Sri. 1996, *Manajemen Strategik pengantar berpikir Strategik: Formulasi, Implementasi dan Pengendalian* Jilid 1 Jakarta : Binarupa Aksara .
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti, . (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59–66.